

**PENGARUH *IN-STORE CHARACTERISTICS*, *ECONOMIC DRIVERS*, *PRIVATE LABELS CHARACTERISTICS*, DAN *PRIVATE LABELS LOYALTY* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA INNISFREE
DI SURABAYA**



**OLEH:
ALVIN BENIAH PRAJOGO
3103015037**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *IN-STORE CHARACTERISTICS, ECONOMIC DRIVERS, PRIVATE LABELS CHARACTERISTICS, DAN PRIVATE LABELS LOYALTY* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA INNISFREE
DI SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
ALVIN BENIAH PRAJOGO
3103015037

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *IN-STORE CHARACTERISTICS, ECONOMIC DRIVERS, PRIVATE LABELS CHARACTERISTICS, DAN PRIVATE LABELS LOYALTY* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA INNISFREE
DI SURABAYA**

Oleh:

ALVIN BENIAH PRAJOGO

3103015037

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



N. Agus Sunarjanto, S.E., M.M.

NIK: 311.92.0194

Tanggal: 11 Juni 2019

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB

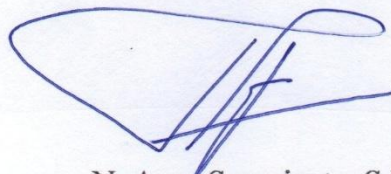
NIK: 311.18.1016

Tanggal: 12 Juni 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alvin Beniah Prajogo (NRP: 3103015037) telah diuji pada tanggal 3 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



N. Agus Sunarjanto, S.E., M.M.

NIK: 311.92.0194

Mengetahui:



Dr. Loeovicus Lasdi, M.M., Ak, CA, CPAI

NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc.

NIK: 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katholik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alvin Beniah Prajogo

NRP : 3103015037

Judul Skripsi : Pengaruh *In-Store Characteristics, Economic Drivers, Private
Labels Characteristics*, dan *Private Labels Loyalty* terhadap
Store Loyalty pada Innisfree di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya
ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan
oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya
menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau
media lain (digital library Perpustakaan Universitas Katholik Widya Mandala
Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak
Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Mei 2019

Yang menyatakan,



Alvin Beniah Prajogo

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia, berkat, penguatan, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., Ak, CA, CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. N. Agus Sunarjanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing ke-1 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan berbagai saran yang berguna sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
4. Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB selaku dosen pembimbing ke-2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan berbagai saran yang berguna sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
5. Dr. C. Erna Susilawati, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali Kelas A angkatan 2015 yang telah memberikan berbagai dukungan kepada penulis selama menjalankan perkuliahan.
6. Segenap keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
7. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan berbagai dukungan kepada penulis selama menjalankan perkuliahan.
8. Teman-teman grup 'Piyo and The Genkz': Ajeng Pratiwi, Malinda Devina, Rosalina Wijayanti, Raymond Andhika, dan Vicco Pristeja yang selalu

memberikan semangat serta doa sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

9. Teman-teman grup ‘Mimi Peri’: Alvin Ricky, Andreas Leosandy, Axel Setiawan, Brenda Savio, Cecilia Winnie, Leonardo Evan, dan Stanley Wang yang selalu memberikan semangat serta doa sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Teman-teman grup ‘Big Family’: Agata Mariani, Andre Kristanto, Andre Wahyudi, Axel Setiawan, Bella Halim, Calvin Kusiki, Christy Rosa, Cliffern Anastasya, Fransisca Amelia, Gabriella Dhiagnadya, Hongky Haodiwidjaja, Jessica Sara, Kelvin Angelouis, Kevin Howard, Kevin Leonardo, Kevin Poandy, Kevin Wijaya, Leonardo Evan, Louis Himawan, Mayesa Wedysiage, Noviawati Lesmana, Ronald Sugianto, Ronald Willianto, Tifanny Sutanto, Vincent Christianto, William Gomel, Willy Setyobudi, dan Wynston yang selalu memberikan semangat serta doa sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Teman-teman di Korea Selatan: Choi Yoo-jeong, Jeon Li-na, Jeong Hee-seon, Jo Min-ji, Kim Jeong-min, Kim Hyeon-ji, Nam Seo-kyeong, Park Eun-joo, dan Yoo Deok-in yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Berbagai pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 25 Mei 2019

Alvin Beniah Prajogo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. 1. Latar Belakang Masalah	1
1. 2. Rumusan Masalah	8
1. 3. Tujuan Penelitian.....	9
1. 4. Masalah Penelitian	9
1. 5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2. 1. Landasan Teori	11
2. 1. 1. <i>In-store Characteristic</i>	11
2. 1. 2. <i>Economic Drivers</i>	13
2. 1. 3. <i>Private Label Characteristic</i>	15
2. 1. 4. <i>Private Labels Loyalty</i>	17
2. 1. 5. <i>Store Loyalty</i>	18
2. 2. Penelitian Terdahulu.....	19
2. 3. Pengembangan Hipotesis	21
2. 3. 1. Pengaruh <i>In-store Characteristics</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	21

2. 3. 2. Pengaruh <i>Economic Drivers</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	21
2. 3. 3. Pengaruh <i>Private Labels Characteristics</i> terhadap <i>Private Labels Loyalty</i>	22
2. 3. 4. Pengaruh <i>Private Labels Loyalty</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	23
2. 4. Model Penelitian/ Kerangka Konseptual	24
 BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3. 1. Desain Penelitian	25
3. 2. Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	25
3. 2. 1. Variabel Eksogen	25
3. 2. 1. 1. <i>In-Store Characteristic</i>	25
3. 2. 1. 2. <i>Economic Drivers</i>	26
3. 2. 1. 3. <i>Private Labels Characteristics</i>	26
3. 2. 2. Variabel Endogen	27
3. 2. 2. 1. <i>Private Labels Loyalty</i>	27
3. 2. 2. 2. <i>Store Loyalty</i>	27
3. 2. 3. Pengukuran Variabel	27
3. 3. Jenis dan Sumber Data	28
3. 4. Metode Pengumpulan Data	28
3. 5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3. 5. 1. Populasi	28
3. 5. 2. Sampel	29
3. 5. 3. Teknik Pengambilan Sampel	29
3. 6. Analisis Data	30
3. 6. 1. Uji Kecocokan Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	30
3. 6. 2. Uji Kecocokan Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	31
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4. 1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4. 2. Deskripsi Data	34
4. 2. 1. Karakteristik Responden	34

4. 2. 1. 1. Jenis Kelamin.....	34
4. 2. 1. 2. Berdomisili di Surabaya.....	34
4. 2. 1. 3. Pernah Membeli Produk Innisfree di Gerai Resmi Minimal Tiga Kali Selama Setahun Terakhir	35
4. 2. 1. 4. Usia	35
4. 2. 1. 5. Pendapatan	36
4. 2. 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	36
4. 2. 2. 1. Statistik Deskriptif Variabel <i>In-store Characteristics</i>	37
4. 2. 2. 2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Economic Drivers</i>	38
4. 2. 2. 3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Private Labels Characteristics</i> .	38
4. 2. 2. 4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Private Labels Loyalty</i>	39
4. 2. 2. 5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Loyalty</i>	39
4. 3. Hasil Analisis Data	40
4. 3. 1. Evaluasi <i>Outer Model</i>	40
4. 3. 1. 1. AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	40
4. 3. 1. 2. Validitas Konvergen (<i>Outer Loadings</i>)	42
4. 3. 1. 3. <i>Discriminant Validity</i>	42
4. 3. 1. 4. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	43
4. 3. 2. Evaluasi <i>Inner Model</i>	44
4. 3. 2. 1. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	44
4. 3. 2. 2. Persamaan Model Struktural.....	45
4. 3. 2. 3. Nilai R^2	46
4. 3. 2. 4. Ukuran Efek Cohen (f^2).....	46
4. 3. 2. 5. Relevansi Prediktif (Q^2).....	47
4. 3. 2. 6. Hasil Hipotesis	47
4. 4. Pembahasan	48
4. 4. 1. Pengaruh <i>In-Store Characteristics</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	48
4. 4. 2. Pengaruh <i>Economic Drivers</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	49
4. 4. 3. Pengaruh <i>Private Labels Characteristics</i> terhadap <i>Private Labels Loyalty</i>	49
4. 4. 4. Pengaruh <i>Private Labels Loyalty</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	50

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	52
5. 1. Kesimpulan.....	52
5. 2. Keterbatasan	52
5. 3. Saran	53
5. 3. 1. Saran Akademis	53
5. 3. 2. Saran Praktis	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Statistik Produk yang Mendapat Izin Edar dalam Lima Tahun Terakhir	2
Tabel 1.2 Persentase Usia Wanita Indonesia Menggunakan <i>Skin Care</i> Pertama Kali	2
Tabel 1.3 Lokasi Pilihan Wanita Indonesia Membeli Produk Kecantikan	3
Tabel 1.4 Preferensi Merk Kosmetik Konsumen Indonesia	3
Tabel 1.5 Negara Asal Brand Skin Care Favorit Wanita Indonesia	3
Tabel 1.6 Merk Produk Skin Care yang Paling Sering Digunakan Wanita Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	20
Tabel 3.1 <i>Rule of Thumb</i> Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	31
Tabel 3.2 <i>Rule of Thumb</i> Reliabilitas	31
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumb</i> Nilai <i>R-square</i>	32
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb</i> Nilai f^2 atau Ukuran Efek Cohen	32
Tabel 3.5 <i>Rule of Thumb</i> Nilai Q^2	32
Tabel 3.6 <i>Rule of Thumb</i> Uji Hipotesis Parsial	33
Tabel 4.1 Jenis kelamin.....	34
Tabel 4.2 Berdomisili di Surabaya.....	35
Tabel 4.3 Membeli Produk di Gerai Resmi Minimal Tiga Kali dalam Setahun Terakhir	35
Tabel 4.4 Usia	35
Tabel 4.5 Pendapatan	36
Tabel 4.6 Interval Rata-Rata Setiap Variabel	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>In-store Characteristics</i>	37
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Economic Drivers</i>	38
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Private Labels Characteristics</i>	38
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Private Labels Loyalty</i>	39
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Loyalty</i>	39
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	41
Tabel 4.13 Korelasi Antar Konstruk	41
Tabel 4.14 Validitas Konvergen (<i>Outer Loadings</i>).....	42
Tabel 4.15 <i>Cross Loading</i>	43
Tabel 4.16 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	44
Tabel 4.17 <i>R-square</i>	46
Tabel 4.18 Nilai f^2	46
Tabel 4.19 Relevansi Prediktif (Q^2).....	47
Tabel 4.20 Uji Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Loyalty Program</i> Sekaligus Kampanye ‘ <i>Green Life</i> ’ Innisfree	6
Gambar 1.2 Promosi Innisfree melalui Media Sosial Instagram	7
Gambar 1.3 Faktor yang Menjadi Pertimbangan Wanita Indonesia Membeli Produk Kosmetik.....	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Model Penelitian Partial Least Square Algorithm.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik dan Identifikasi Responden
- Lampiran 3a. Jawaban Responden (X1, X2)
- Lampiran 3b. Jawaban Responden (X3, Y1)
- Lampiran 3c. Jawaban Responden (Y2)
- Lampiran 4. *Cronbach's Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE)*
- Lampiran 5. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)
- Lampiran 6. *f-square*
- Lampiran 7. *R-Square*
- Lampiran 8. *Path Coefficients, Standard Deviation, T-Values, P-Values*
- Lampiran 9. Validitas Konvergen (*Outer Loadings*)
- Lampiran 10. *Cross Loadings*
- Lampiran 11. *Path Coefficients Inner Model* (Jalur Koefisien Model Struktural)
- Lampiran 12. *Predictive Relevance (Q^2)*
- Lampiran 13. *T-values* dengan Model *Bootstrapping*
- Lampiran 14. *Mean, Median, Standard Deviation* dari Variabel Manifest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *in-store characteristics*, *economic drivers*, *private labels characteristics*, dan *private labels loyalty* terhadap *store loyalty* pada toko Innisfree di Surabaya. Persaingan industri ritel terutama sektor kosmetik memunculkan berbagai *private label brand*. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Innisfree untuk mampu bertahan dan memenangkan persaingan bisnis dengan menampakkan citra toko dan produk yang prima sehingga menarik konsumen baru dan mendorong loyalti di benak konsumen.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden dengan karakteristik responden antara lain merupakan responden berusia minimal 21 tahun yang pernah berbelanja di toko Innisfree Surabaya minimal tiga dalam setahun terakhir. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan SEM dengan program SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *in-store characteristics* dan *economic drivers* berpengaruh signifikan terhadap *store loyalty*; *private labels characteristics* berpengaruh signifikan terhadap *private labels loyalty*; dan *private labels loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *store loyalty*.

Saran penelitian bagi Innisfree Indonesia khususnya di Surabaya adalah menambah lokasi toko di wilayah lain Surabaya, bekerja sama dengan platform pembayaran seperti Go-pay dan Ovo, serta meningkatkan efektivitas karyawan terutama untuk konsultasi produk secara *online* maupun *on the spot*.

Kata kunci: *in-store characteristics, economic drivers, private labels characteristics, private labels loyalty, store loyalty*

THE EFFECT OF IN-STORE CHARACTERISTICS, ECONOMIC DRIVERS, PRIVATE LABELS CHARACTERISTICS, AND PRIVATE LABELS LOYALTY TOWARD STORE LOYALTY ON INNISFREE IN SURABAYA

ABSTRACT

This research aims to analyze in-store characteristics, economic drivers, private labels characteristics, and private labels loyalty toward store loyalty at Innisfree store in Surabaya. Competition in the retail industry, especially in the cosmetics sector, has led to a variety of private label brands. This is a challenge for Innisfree to be able to survive and win the business competition by showing the image of stores and products that are excellent so that they could attract new consumers and encourage loyalty in the minds of consumers.

The sampling technique was executed by using non-probability sampling by purposive sampling method. The sample used in this study amounted to 150 respondents with the characteristics of respondents including among respondents aged at least 21 years old who had shopped at the Innisfree store in Surabaya at least three times in the past year. Data were collected using a questionnaire, then analyzed using SEM with the SmartPLS 3.0 program.

The results of the study proved that in-store characteristics and economic drivers have a significant effect on store loyalty; private labels characteristics has a significant effect on private labels loyalty; and private labels loyalty has a significant effect on store loyalty.

The suggestion for Innisfree Indonesia especially in Surabaya are: add store locations in other regions of Surabaya, co-op with payment platforms such as Go-pay and Ovo, and then improve employee effectiveness especially for product consultations in online and on the spot.

Keyword: *in-store characteristics, economic drivers, private labels characteristics, private labels loyalty, store loyalty*